

PÚBLICO DA BIENAL DO LIVRO 2010 SUPERA AS 700 MIL PESSOAS; 260 MIL PASSARAM PELAS ATIVIDADES CULTURAIS ESPECÍFICAS

Pesquisa Datafolha mostra que a maioria do público era feminino; e 75% dos visitantes têm Ensino Superior

Com um público de 703 mil visitantes até as 12h deste domingo, 22 de agosto de 2010, a 21ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo alcançou o objetivo de se consolidar como um grande evento cultural da Cidade de São Paulo e democratizar ainda mais o acesso à leitura. A Câmara Brasileira do Livro (CBL, realizadora do evento) e a Reed Exhibitions Alcantara Machado (organizadora do evento) estimam que, até as 18h, quando os portões de entrada do público forem fechados, tenham entrado na feira entre 735 mil e 745 mil visitantes. Já as atividades culturais específicas oferecidas ao público receberam aproximadamente 260 mil visitas ao longo dos 11 dias de duração da feira (entre 12 a 22 de agosto).

Terceiro maior evento editorial do mundo – atrás apenas da Feira do Livro de Frankfurt e da Feira Internacional do Livro de Turim –, os centenas de milhares de visitantes tiveram acesso a uma programação cultural intensa e diversificada, além de poder conhecer as novidades e as tendências do mercado editorial brasileiro e mundial. Nesse sentido, o sucesso de público no Pavilhão de Exposições Anhembi e o grande afluxo de pessoas às atividades da programação cultural elaboradas para encantar leitores e potenciais leitores indicam que a missão da Bienal do Livro de estimular o hábito da leitura entre os brasileiros e democratizar o acesso ao livro tem sido bem-sucedida.

Preocupada com a formação de novos leitores, a organização investiu R\$ 30 milhões na promoção e divulgação do evento. Além disso, dedicou especial atenção na preparação das atrações específicas para as crianças e para o público jovem. Isso refletiu-se nos números da visitação, com 288 mil crianças presentes. Destas, 134 mil estiveram na Bienal do Livro pelo programa de visitação escolar agendada.

Vale destacar que, agora em 2010, a Bienal do Livro de São Paulo dedicou um dia de sua programação (12 de agosto) exclusivamente à visitação de profissionais do setor, o que contribuiu para estimular negócios e valorizar o mercado editorial. Naquele dia, expositores tiveram a oportunidade de promover reuniões e encontros exclusivos com cerca de 4.500 compradores profissionais do setor.

Pesquisa exclusiva

O Instituto Datafolha foi contratado pelos organizadores e realizou pesquisa durante a Bienal do Livro com os visitantes maiores de 14 anos. O levantamento apresenta dados do perfil do público que visitou o evento. De acordo com a mostra, 59% das pessoas que estiveram na feira eram mulheres e 41%, homens. Outra informação apurada é que, do público total, 75% têm nível superior de ensino, e 21%, nível médio.

No item referente à avaliação geral da Bienal do Livro, 93% consideram a feira ótima ou boa; apenas 5% a avaliaram como regular. Sobre a organização, 83% a apontaram como ótima ou boa; e 16% a indicaram como regular. No que tange à praça de alimentação, 37% a avaliaram como ótima ou boa; 25%, como regular; e 16%, como ruim ou péssima. A organização do

evento reconhece a necessidade de ampliação da área e oferta mais diversificada de serviços na praça de alimentação para atender as pessoas que frequentam a Bienal do Livro.

Sobre a variedade de livros expostos nos estandes, o público elogiou a diversidade: 94% apontaram as opções oferecidas na feira como ótimas ou boas. A pesquisa da Datafolha também abrangeu informações sobre os expositores, porém os dados apurados – como as vendas realizadas durante o evento – ainda não foram consolidados. Em relação à idade dos visitantes com mais de 14 anos, 34% tinham até 25 anos; 32%, de 26 a 40 anos; 25%, de 41 a 55 anos; e 9%, mais de 56 anos.

Programação cultural

A extensa, qualificada e democrática programação cultural oferecida em 2010 beneficiou crianças, jovens e adultos com mais de 1.100 horas

. O evento homenageou este ano Monteiro Lobato e Clarice Lispector, além de ter como temas de destaque a Lusofonia e o Livro Digital. O Salão de Ideias, principal evento cultural da Bienal do Livro em 2010, por exemplo, teve lotação total em suas 40 mesas de debates com autores, especialistas e personalidades, realizadas sempre no belo e confortável Auditório Clarice Lispector.

Novidade na Bienal do Livro, o evento Cozinhando com Palavras promoveu 40 disputados workshops e debates sobre a boa cozinha e a gastronomia em livros, realizados no Espaço Gourmet Sensações. As 13 mesas de debates do Território Livre promoveram animados debates. Em algumas das sessões, o Espaço Volkswagen ficou completamente lotado e também rodeado por dezenas de pessoas do lado de fora. Também o Palco Literário atraiu grande público, em especial pela participação de famosos, como Regina Duarte, Zeca Camargo, Nívea Stelmann e Paulo Goulart, por exemplo. O Espaço do Professor, que promoveu no Auditório Monteiro Lobato cursos sobre a escolha de livros a serem utilizados em sala de aula, atraiu cerca de 650 docentes e educadores.

O Instituto Pró-Livro informa que aproximadamente 50 mil crianças, adolescentes, pais e responsáveis visitaram o espaço lúdico “O livro é uma viagem”, um dos destaques da programação infanto-juvenil. Outro espaço dedicado às crianças, o “Fábulas com a Turma da Mônica” atendeu por volta de 15 mil visitantes. Já no “Exploração Discovery Kids”, cerca de 10 mil pessoas participaram de suas atividades.

A Bienal do Livro contou ainda com a Arena do SESC SP, entidade parceira da organização, em que os eventos promovidos desde o dia 12 na feira atraíram milhares de pessoas, sem contar as atividades realizadas nas unidades da entidade de todo o Estado, que destacaram o livro e literatura como tema.

Outras atividades que receberam grande número de visitantes são o Espaço do Livro Digital Imprensa Oficial, a Exposição Monteiro Lobato (da Globo Livros), a Arena da Oficina de Twitter da Fundação Volkswagen, a Biblioteca Móvel Itapemirim, o Espaço Digital Submarino, Espaço da Lusofonia SBS e a Biblioteca do Bebê.

A programação cultural paralela da Bienal do Livro de São Paulo 2010 também foi intensa, e atraiu grande público. Por exemplo, a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo recebeu cerca de 10 mil visitantes que assistiram ou participaram de suas atividades culturais, enquanto que o estande da Secretaria de Estado da Educação de São Paulo foi visitado por aproximadamente 20 mil pessoas.

Desta forma, contabilizando todas as atividades específicas que compuseram o grande evento cultural que é 21ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo, foram aproximadamente 260 mil atendimentos ao todo. Neste número não estão incluídos os demais eventos paralelos e as inúmeras atividades promovidas pelos expositores (como sessões de autógrafos, contações de histórias, palestras, cursos e workshops) ao longo dos 11 dias do evento.

Novidade lançada este ano, a Bienal do Livro de São Paulo esteve presente nas comunidades sociais da Internet, com 12.000 seguidores. Somente no Twitter, 8.100 internautas acompanharam o perfil do evento, sendo que, por duas ocasiões ao longo de sua realização, a Bienal do Livro liderou o ranking dos mais seguidos do Twitter no Brasil.

Sobre a CBL

A **Câmara Brasileira do Livro (CBL)**, fundada em 1946, tem como missão atender aos objetivos maiores de seus associados – hoje, são cerca de 600 – e ampliar o mercado editorial por meio da democratização do acesso ao livro e da promoção de ações para difundir e estimular a leitura.

Para cumprir de modo adequado essa missão, a entidade desenvolveu estratégias voltadas à promoção da leitura e ao fortalecimento do mercado editorial, ancorando-as em três eixos bem definidos e complementares: ações políticas capazes de garantir voz e peso institucional a um setor de atividade decisivo para a disseminação do conhecimento e da cultura; o desenvolvimento do negócio do livro em todos os segmentos da cadeia produtiva; e amplo apoio aos associados, não só na prestação de serviços importantes, mas também na articulação em torno de uma entidade de classe representativa.

Sobre a Reed Exhibitions Alcantara Machado

Criada em abril de 2007, a **Reed Exhibitions Alcantara Machado** é resultado da joint venture firmada entre a maior promotora de feiras do mundo – a Reed Exhibitions, presente no Brasil desde 1997 – e a maior da América Latina – a Alcantara Machado Feiras de Negócios, fundada em 1956 e que teve seus primeiros eventos, a Feira Internacional da MECÂNICA, em 1959, e o SALÃO DO AUTOMÓVEL, em 1960.

No biênio 2008-2009, a Reed Exhibitions Alcantara Machado recebeu cerca de 2,5 milhões de visitantes nos 50 eventos realizados, que ocuparam 1,739 mil metros quadrados de exposição, contando com a participação de 17.419 expositores nacionais e internacionais, dos mais

diversos setores da indústria. Entre os objetivos da promotora estão propiciar aos expositores e seus clientes a oportunidade de incrementar negócios, trazer eventos internacionais para o Brasil e realizar novas parcerias.

Com escritório na cidade de São Paulo, a Reed Exhibitions Alcantara Machado conta com a colaboração de mais de 150 funcionários e realiza mais de 40 feiras de negócios no Brasil, de setores como: Alumínio; Automotivo; Construção, Imóveis e Design de Interiores; Cultura; Elétrica, Energia e Automação; Eletrônicos e Engenharia Elétrica; Embalagem, Impressão, Logística e Transformação; Engenharia, Fabricação e Processamento; GEO Tecnologia; Iluminação, Ar-Condicionado e Refrigeração; Imagem e Entretenimento; Indústria Têxtil; Infraestrutura; Manufatura; Mecânica; Petróleo, Óleo e Gás; Plástico; Química e Petroquímica; Saneamento e Meio Ambiente; Segurança Eletrônica e Urbana; Tecnologia Agrícola; Turismo

Entre os eventos integrados recentemente ao portfólio, destacam-se **BIENAL INTERNACIONAL DO LIVRO DE SÃO PAULO, QUÍMICA & PETROQUÍMICA, BRAZIL CONSUMER ELECTRONICS EXPO, CASA & DECORAÇÃO SHOW, SALÃO DUAS RODAS, BRASIL OFFSHORE, AMBIENTAL EXPO, EXPO SÍNDICO SECOVI CONDOMÍNIO, AUTOMEC PESADOS & COMERCIAIS e EXPOALUMÍNIO.**

Sobre a Reed Exhibitions

A Reed Exhibitions é a principal organizadora de eventos do mundo, reunindo mais de 6 milhões de profissionais ao redor do mundo, gerando bilhões de dólares em negócios. Hoje, os eventos da Reed estão presentes em 35 países, distribuídos pelas Américas, Europa, Oriente Médio e Ásia e organizados por 35 escritórios próprios que empregam mais de 2.500 funcionários.

A Reed Exhibitions organiza uma série de eventos, incluindo exposições, conferências, congressos e reuniões. O portfólio contém mais de 440 eventos que atendem 44 setores da indústria.

O estreito relacionamento da Reed com profissionais, associações de classe e órgãos governamentais assegura que cada evento seja de interesse e relevância para os mercados atendidos. Como resultado, muitos eventos da Reed são líderes em suas áreas. A Reed Exhibitions pertence à Reed Elsevier Group plc, uma companhia listada entre as 100 maiores da Bolsa de Valores de Londres e líder mundial na divulgação e geração de informações.

EQUIPE DE ATENDIMENTO

Gerência de Comunicação Reed Exhibitions Alcantara Machado

Antonio Alves

antonio.alves@reedalcantara.com.br - (11) 3060-5019

Elaine Tessarolo

elaine.tessarolo@reedalcantara.com.br - (11) 3060-4945

Monise Hernandez

monise.hernandez@reedalcantara.com.br - (11) 3060-4947

Marcelle Rodrigues

marcelle.rodrigues@reedalcantara.com.br - (11) 3060-4941

Ricardo Viveiros & Associados - Oficina de Comunicação

Carlos Brazil

carlos.brazil@viveiros.com.br - (11) 3675-5444

Armando Esteves Jr.

armando@viveiros.com.br - (11) 3675-5444

Eduardo Cosomano

eduardo.cosomano@viveiros.com.br - (11) 3675-5444

Camila Del Nero

camila@viveiros.com.br - (11) 3675-5444

Lucas Aguirre

lucas@viveiros.com.br - (11) 3675-5444

Cinthia Almeida

cinthia@viveiros.com.br - (11) 3675-5444

Márcia Ferreira

marcia@viveiros.com.br - (11) 3675-5444

Augusto Diniz

augusto.diniz@viveiros.com.br - (11) 3675-5444

Marco Eid

marco.eid@viveiros.com.br - (11) 3675-5444